

TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN VISUAL BRAND IDENTITY
NINAUKA**



Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Oleh :

MUHAMMAD RIDWAN AZ-ZUHDI

42321110005

Jurusan Desain Komunikasi Visual

Dosen Pembimbing:

Novena Ulita, S.Pd, M.Sn

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN SENI DAN KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
JAKARTA 2025**

LEMBAR PERNYATAAN

 UNIVERSITAS MERCU BUANA	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	---	---

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Muhammad Ridwan Az-zuhdi**
NIM : 42321110005
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Desain dan Seni Kreatif

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 22 Agustus 2025

Yang memberikan pernyataan,



Muhammad Ridwan Az-zuhdi

LEMBAR PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Ridwan Az-Zuhdi
NIM : 42321110005
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Visual Brand Identity Ninauka

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Novena Ulita, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0321128506
Ketua Penguji : Novena Ulita, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0321128506
Penguji 1 : Nurlela, S.Sn, M.Ds
NIDN : 0329038202
Penguji 2 : Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0304039101



Jakarta, 8 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan/
Fakultas Desain dan Seni Kreatif



(Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn.)

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



(Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn.)

Muhammad Ridwan Az-Zuhdi

423321110005

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas visual merek NINAUKA sebagai strategi yang efektif untuk memperkuat *branding visual*. NINAUKA, merupakan sebuah toko yang bergerak di bidang aksesoris fashion wanita berbasis tenun, yang beroperasi sejak tahun 2015. Fokus utama penelitian adalah menciptakan identitas visual yang mencakup elemen-elemen seperti logo, palet warna, tipografi, dan panduan visual yang merepresentasikan nilai-nilai etnik dan kesederhanaan, ciri khas produk NINAUKA. Perancangan ini dilakukan melalui pendekatan *Design Thinking* yang terdiri dari *tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test*. Hasil perancangan meliputi logo, sistem identitas visual, tagline, hingga panduan *Graphic Standard Manual (GSM)* yang diterapkan dalam berbagai media cetak dan digital. Logo dirancang menggabungkan elemen huruf “N”, benang tenun dan gunung, serta dipadukan dengan warna *deep olive green* dan tipografi *sans-serif* untuk menciptakan kesan natural, elegan, dan profesional dan etnik.

Kata Kunci: Identitas Visual, *Branding*, NINAUKA, *Design Thinking*

ANALYSIS OF NINAUKA'S BRAND IDENTITY FOR VISUAL BRANDING STRATEGIES

Muhammad Ridwan Az-Zuhdi

423321110005

ABSTRACT

This study aims to design the visual identity of the NINAUKA brand as an effective strategy to strengthen visual branding. NINAUKA is a store specializing in woven women's fashion accessories, which has been operating since 2015. The primary focus of the research is to create a visual identity that incorporates elements such as a logo, color palette, typography, and visual guidelines that reflect the ethnic values and simplicity characteristic of NINAUKA's products. This design process was carried out using the Design Thinking approach, which consists of the following stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. The design outcomes include a logo, visual identity system, tagline, and Graphic Standard Manual (GSM) guidelines applied across various print and digital media. The logo combines the letter "N," woven thread, and mountain elements, paired with deep olive green color and sans-serif typography to evoke a natural, elegant, professional, and ethnic aesthetic.

Keywords: Visual Identity, Branding, NINAUKA, Design Thinking

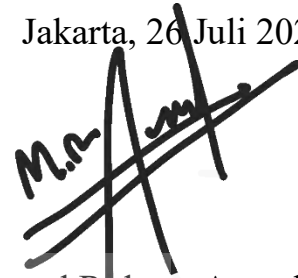
KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikannya perancangan Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual di Universitas Mercu Buana. Proses penyusunan laporan ini tentu tidak berjalan sendiri, banyak pihak yang telah berkontribusi, baik melalui bimbingan, dukungan, maupun motivasi sepanjang masa studi hingga tahap akhir penyusunan.

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Ibu Novena Ulita, S.Pd, M.Sn. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan berharga selama proses penelitian dan perancangan.
3. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn. sebagai Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual..
4. Ibu Titik, selaku pemilik brand NINAUKA yang telah memberikan kepercayaan serta informasi penting yang sangat membantu proses penelitian dan perancangan ini. Serta semua pihak yang terlibat dalam penyusunan ini.
5. Keluarga dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan moral dan motivasi.
6. Seluruh pimpinan dan dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan.

Akhir kata, semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi kontribusi kecil dalam pengembangan bidang Desain Komunikasi Visual.

Jakarta, 26 Juli 2025



Muhammad Ridwan Az-zuhdi



DAFTAR ISI

COVER DALAM.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Perancangan.....	1
1.2 Rumusan Masalah Perancangan.....	5
1.3 Tujuan Perancangan.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	8
METODE PERANCANGAN.....	8
2.1 Orisinalitas	8
2.2 Target Perancangan.....	18
2.3 Relevansi dan Konsekuensi Studi	20
2.4 Skema Proses Desain.....	28
BAB III.....	38
ANALISIS DATA & PERANCANGAN.....	38
3.1 <i>Positioning</i> & Konsep Desain	38
3.2 Strategi Pesan.....	40
3.3 Strategi Visual	43
3.4 Strategi Distribusi Karya.....	50
BAB IV.....	52

HASIL KARYA DKV	52
4.1 DESKRIPSI KARYA	52
4.2 HASIL RELEVANSI KARYA DENGAN PERANCANGAN 56	
4.3 PAMERAN KARYA	64
4.4 HASIL UJI DESAIN	66
4.5 EVALUASI PERANCANGAN KARYA	74
4.6 PENGETAHUAN DALAM MEMBANGUN PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL NINAUKA	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 KESIMPULAN	79
5.2 SARAN	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Referensi Desain Logo	9
Gambar 2. 2 <i>Design Thinking</i>	28
Gambar 2. 4 <i>Emphaty Map Customer</i> NINAUKA.....	30
Gambar 2. 5 <i>Mind Mapping</i> NINAUKA	33
Gambar 2. 6 Morfologi Matriks NINAUKA	33
Gambar 2. 7 Sketsa- Sketsa Logo NINAUKA	34
Gambar 2. 8 Alternatif Logo NINAUKA	34
Gambar 3. 1 Skema Warna NINAUKA.....	44
Gambar 3. 2 <i>Typeface dan Font</i> NINAUKA	45
Gambar 3. 3 Logo Baru NINAUKA.....	45
Gambar 3. 4 Elemen Huruf N Logo NINAUKA.....	46
Gambar 3. 5 Elemen Gunung Logo NINAUKA	46
Gambar 3. 6 Pola Benang Tenun Logo NINAUKA	47
Gambar 3. 7 Pola Benang Tenun Logo NINAUKA	47
Gambar 4. 1 <i>Layout “Tagline” GSM</i> NINAUKA	53
Gambar 4. 2 <i>Layout GSM</i> NINAUKA.....	53
Gambar 4. 3 <i>Layout GSM</i> NINAUKA.....	54
Gambar 4. 4 <i>Layout GSM</i> NINAUKA.....	55

Gambar 4. 5 Umpan Balik Responden dalam Pameran Karya.....	57
Gambar 4. 6 Umpan balik yang diberikan Responden pada Pameran Karya	58
Gambar 4. 7 <i>Signage</i> NINAUKA dengan logo baru	60
Gambar 4. 8 Poster NINAUKA	60
Gambar 4. 9 Kartu Nama NINAUKA	61
Gambar 4. 10 <i>Feeds</i> Media Sosial NINAUKA	62
Gambar 4. 11 <i>Brand Tag</i> NINAUKA	63
Gambar 4. 12 <i>Paperbag</i> NINAUKA	63
Gambar 4. 13 Persiapan Pameran Karya	64
Gambar 4. 14 Interaksi dengan Pengunjung saat Pameran Karya	65
Gambar 4. 15 <i>Display</i> Pameran Karya	65
Gambar 4. 16 Bukti data Audiens	67
Gambar 4. 17 Bukti Umpan Balik Audiens Pameran Karya	73
 Gambar Lampiran 1 Kartu Asistensi.....	 84
Gambar Lampiran 2 Surat Hasil Sidang Tugas Akhir	85
Gambar Lampiran 3 Hasil Turnitin	85
Gambar Lampiran 4 Similarity Check	85
Gambar Lampiran 5 Formulir Pendaftaran Tugas Akhir	85
Gambar Lampiran 6 Catatan Revisi Tugas Akhir	85

Gambar Lampiran 7 Dokumentasi Pameran.....	85
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Referensi Karya Terdahulu.....	9
Tabel 2. 2 Wawancara logo Kepada Audiens dan Praktisi.....	35
Tabel 3. 1 Strategi Distribusi AISAS	50
Tabel 4. 1 Profil Pengunjung Pameran Karya.....	66
Tabel 4. 2 Umpan Balik secara detail dari Pameran Karya	68

UNIVERSITAS
MERCU BUANA